

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kegiatan “Aktivitas komunikasi digital Public Relations Trax FM Semarang” dalam meningkatkan pendengar. Berdasarkan temuan penelitian yang berkaitan dengan “Aktivitas komunikasi digital Public Relations Trax FM Semarang”, peneliti dapat memberikan kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.2 PERENCANAAN AKTIVITAS KOMUNIKASI DIGITAL

- Trax menggunakan internet sebagai *tools* yang menunjang kegiatan Aktivitas komunikasi digital E-PR.
- Memanfaatkan kolaborasi media massa dan *new media* (internet). Karena tidak bisa hanya terpaku dengan cara konvensional saja.
- Melakukan Analisis *platform digital* mana yang sedang marak digunakan dan menganalisis karakteristik segmentasinya di tiap *platform* mana saja yang dituju.

5.3 PELAKSANAAN AKTIVITAS KOMUNIKASI DIGITAL

- Menggunakan media sosial Instagram sebagai media sosial utama, cukup efektif dalam melakukan penyebaran informasi (*posting dan update*) kepada masyarakat. karena kebanyakan mereka mengetahui informasi Trax FM melalui Instagram.

- Konten yang berbasis *visual design* sangat diperlukan. Karena hal itu merupakan daya tarik yang bagus dengan bentuk kreatifitas. Juga sama halnya dengan konten *audio video*
- Website Trax yang digunakan untuk kegiatan aktivitas komunikasi digital atau E-PR. juga dipergunakan sebagai *live streaming* frekuensi radio Trax FM dan juga merupakan bentuk konvergensi media massa, agar Trax dapat menjangkau pendengarnya diluar Semarang.

5.4 RESPON PENDENGAR DAN EVALUASI

- Anak muda semarang memang sudah mengetahui Trax dari kerabat juga social media. Pengetahuan mereka tentang Trax FM beragam
- Masyarakat juga mengakui telah follow dan akses social media Trax FM dan kebanyakan mereka follow melalui instagram. Selain instagram ada juga yang mengakses platform digital lainnya selain instagram, yaitu ada Radio Web Streaming, Line, dan juga youtube.
- Masyarakat selalu mencari tahu info terkait yang di posting atau di update Trax melalui Instagram Trax. Sehingga penggunaan instagram sebagai bagian dari kegiatan aktivitas komunikasi digital ini sangatlah tepat
- Follower Trax FM Semarang terpancing mendengarkan Trax, karena *posting-an* Trax yang menarik dan persuasif sehingga dari yang tidak mendengarkan mencoba mendengarkan dari *posting-an* yang menarik itu.

5.5 SARAN

- Kurangnya *feedback* dari pihak Trax pada kolom komentar Trax di beberapa *social media* terhadap *follower* maupun *adders* harus segera ditindak lanjuti
- Penggunaan dan pemanfaatan *social media* harus lebih di optimalkan lagi agar lebih maksimal. misal saja seperti, dengan lebih gencar dan rutin lagi untuk *posting* dan *update* informasi mengenai Trax dan juga program *on air* yang disajikannya
- Terus *up to date* mengenai apa saja *platform digital* yang saat ini sedang banyak di akses anak muda. Trax dapat mengembangkan ranah digitalnya ke *Official Account Line (OA LINE)* yang merupakan fitur dari *Chatting Application: LINE*. *LINE* merupakan *Chatting Application* yang saat ini anak muda akses. Karena *LINE* banyak dimiliki di setiap anak muda dan disana pasti terdapat *OA Line* yang sering melakukan penyebaran informasi yang menarik dan tentu mudah menjadi viral
- Trax dapat mendirikan departemen yang memfokuskan menangani kebutuhan *visual* baik itu desain maupun audio video, agar pembuatan kebutuhan *visual* dapat terpenuhi secara baik dan sesuai dengan harapan Trax dalam mengedepankan visual yang mempunyai daya tarik dan kreatif dalam pengunannya pada konten di *posting-an social media* Trax.